

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Pada abad modern ini perkembangan ilmu pengetahuan dan teknologi semakin maju. Hal ini mendorong perkembangan dunia usaha yang semakin pesat dan persaingan pasar semakin ketat, sehingga menuntut adanya sistem pemasaran yang semakin baik pada setiap perusahaan yang bergerak dalam bidang industri maupun jasa.

Pemasaran merupakan salah satu sarana bagi perusahaan untuk mencapai tujuan yang telah ditetapkan perusahaan. Agar tujuan tersebut tercapai maka setiap perusahaan harus berupaya menghasilkan dan menyampaikan barang atau jasa yang diinginkan konsumen dengan memberikan pelayanan yang menyenangkan dan fasilitas – fasilitas yang menunjang.

Memberikan pelayanan yang unggul merupakan sebuah strategi yang sangat penting karena dapat menghasilkan lebih banyak pelanggan baru.. Pelayanan merupakan komponen nilai yang pokok yang menggerakkan setiap perusahaan untuk sukses.

Perusahaan yang ingin berkembang dan mendapatkan keunggulan yang kompetitif harus dapat memberikan produk berupa barang atau jasa yang berkualitas dengan harga murah, dan pelayanan yang baik kepada

pelanggan dari para pesaing. Untuk memenuhi kepuasan pelanggan pada industri jasa, kualitas pelayanan penting dikelola perusahaan dengan baik.

Kualitas pelayanan sangat penting pada industri jasa, kualitas pelayanan terbaik merupakan suatu profit strategi untuk meningkatkan lebih banyak pelanggan baru, mempertahankan pelanggan yang ada, menghindari kaburnya pelanggan, dan menciptakan keunggulan khusus yang tidak hanya bersaing dari segi harga. Apabila pelayanan yang diterima atau dirasa sesuai dengan yang diharapkan oleh pelanggan, maka kualitas pelayanan dapat dipersepsikan baik dan memuaskan. Citra kualitas yang baik tidak berdasarkan atas persepsi penyedia layanan, melainkan berdasarkan atas persepsi pelanggan. Kualitas pelayanan dapat digambarkan sebagai suatu pernyataan tentang sikap, hubungan yang dihasilkan dan perbandingan antara ekspektasi (harapan) dengan kinerja. Dengan semakin meningkatnya tingkat gaya hidup masyarakat, maka kebutuhan masyarakat terhadap barang atau jasa juga semakin meningkat. Salah satu jasa dari teknologi informasi yang banyak dimanfaatkan dan digunakan masyarakat adalah dengan menggunakan sarana internet melalui perusahaan kecil jasa layanan informasi. Dengan mengakses pada salah satu internet seseorang akan dengan mudah memperoleh informasi yang diinginkan.

Warnet yang merupakan salah satu perusahaan kecil yang bergerak dalam bidang layanan jasa informasi internet merupakan salah satu komponen bagi perkembangan sektor informasi. Sektor informasi ini mempunyai perkembangan yang cukup pesat sekali, yang dapat dilihat

semakin maraknya jumlah yang beraneka ragam. Berarti usaha ini sangatlah menjajikan. Di wilayah sragen juga telah banyak bermunculan warnet-warnet yang menandakan bahwa pesaing antar warnet semakin kompetitif sehingga haru lebih berhati – hati dalam menjaga keberadaan warnet. Pengusaha di bidang warnet juga tidak dapat menghindari persaingan dalam menjaga minat konsumen untuk tetap menggunakan jasanya. Menghadapi situasi tersebut, maka seorang pengusaha warnet harus dapat mengelola kegiatan pemasaran dengan lebih baik secara terus – menerus dan berusaha meningkatkan keuntungan yang optimal. Untuk dapat mencapai hal tersebut bukan hal yang mudah bagi suatu perusahaan, sebab dibutuhkan perhatian khusus dan juga pengetahuan untuk mengetahui faktor – faktor yang mendukung dan berpengaruh dalam kegiatan pemasaran.

Sebagai perusahaan jasa, untuk dapat menciptakan nilai lebih pada konsumen maka perlu diperhatikan faktor – faktor kualitas layanan jasa yang diberikan kepada konsumen seperti kualitas layanan yang berkaitan pada segala sesuatu yang tampak nyata (peralatan dan teknologi, kebersihan dan kenyamanan ruangan, sarana parkir yang memadai, perlengkapan yang digunakan mudah di operasikan), kualitas layanan yang berkaitan dengan kemampuan karyawan dalam memberikan layanan segera dan memuaskan konsumen (kecepatan dalam pelayanan, kecepatan dalam mengakses aplikasi komputer), kualitas layanan yang berkaitan dengan memberikan pelayanan sebaik mungkin (kesediaan karyawan dalam

membantu konsumen, ketangapan karyawan), layanan yang berkaitan dengan pengetahuan dan kesopan santunan karyawan serta kemampuan mereka untuk menumbuhkan rasa kepercayaan dan keyakinan (perasaan aman, pengetahuan produk, tingkat kejujuran, sikap dalam melayani konsumen), kualitas layanan yang berkaitan dengan kepedulian, komunikasi yang baik dan memahami kebutuhan kepada para konsumen (pelayanan yang adil, hubungan antar konsumen dengan karyawan, memberikan kebutuhan konsumen).

Pada saat ini, konsumen dalam mengambil keputusan untuk mengkonsumsi jasa mempunyai banyak pertimbangan – pertimbangan seperti fasilitas dan pelayanan yang ada pada warnet tersebut. Hal ini penting sekali untuk dilakukan mengingat bahwa konsumen akan melakukan pembelian ulang apabila kinerja dari jasa tersebut mampu memberikan sesuai dengan harapan mereka. Apabila kinerja yang dihasilkan tidak sesuai dengan harapan, maka konsumen akan merasa tidak puas sehingga mereka tidak akan melakukan pembelian secara berulang atau akan merekomendasikan kepada calon konsumen lain hal – hal yang buruk terhadap warnet tersebut sehingga dampaknya akan sangat merugikan warnet tersebut. Warnet Amanah Net berlokasi di Jl. Sukowati No 640 Beloran, Sragen. Lokasi warnet Amanah Net sangat strategis diantara tempat – tempat layanan umum di Sragen. Jam kerja warnet Amanah Net 24 jam non stop. Sedangkan konsumen pada warnet Amanah Net sendiri adalah berbagai kalangan orang di sragen serta siswa / siswi Sekolah – Sekolah

Menengah di sekitar lokasi warnet Amanah Net tersebut, yang melakukan pembelian ulang jasa internet pada warnet Amanah Net selama periode penelitian.

Seiring dengan banyaknya strategi yang digunakan oleh para pengusaha jasa internet ada yang menarik dari sisi pengelolaan usaha jasa Internet di kota Sragen, yakni salah satu warnet yang dimiliki Amanah Net di Jl. Sukowati No 640 Beloran, Sragen.. Melihat dari segmentasi lokasi yang digunakan, warnet ini menempati pasar yang sangat potensial, hal ini dikarenakan lokasi yang strategis di sisi lain juga memiliki pesaing yang cukup ketat disekitarnya.keunikan inilah yang menjadi perhatian peneliti disini, adanya pelanggan yang dominan memadati dan loyal untuk datang ke warnet tersebut. Dan Uniknya lagi, warnet tersebut belum begitu lama berdiri, namun sudah menjadi pesaing yang hebat diantara warnet disekitarnya. Hal ini menjadi tidak luput dari perhatian peneliti, mengingat usaha jasa lebih menuntut pelayanan yang lebih baik dan sesuai dengan kebutuhan konsumen, sehingga mereka lebih teliti dan kritis dalam memilih segala sesuatu yang dapat digunakan untuk memenuhi kebutuhannya. Program pelayanan konsumen (Customer Service) di suatu perusahaan/ usaha bagi para konsumennya menyangkut faktor yang mempengaruhi penilaian konsumen atas pelayanan yang diterima seperti : Kinerja (performance) yaitu karakteristik operasi pokok dari produk inti, contoh kecepatan, kemudahan dan kenyamanan. Ciri atau keistimewaan tambahan (features) yaitu karakteristik sekunder atau pelengkap seperti AC tempat

duduk, dan lain-lain, Kesesuaian dengan spesifikasi (conformance to specifications) yaitu sejauh mana karakteristik desain dan operasi memenuhi standar-standar yang ditetapkan sebelumnya, Serviceability, meliputi kecepatan, kompetensi, kenyamanan, mudah direparasi serta penanganan keluhan yang memuaskan, Kualitas yang dipersepsikan (perceived quality), yaitu citra dan reputasi produk serta tanggung jawab perusahaan terhadapnya. biasanya pelanggan mempersepsikan kualitasnya dari aspek harga, nama merek

Amanah Net adalah bentuk usaha yang menawarkan jasa internet di mana Amanah Net bisa dibilang pendatang baru dalam jasa internet, jadi dalam memberikan pelayanan kepada pelanggan mungkin masih banyak yang perlu dilakukan khususnya dalam memberikan pelayanan yang prima kepada pelanggan, selain itu persaingan di bidang jasa internet juga banyak walaupun di sekitar sragen juga ada jasa yang sama namun Amanah Net tetap ramai dikunjungi hal itu dikarenakan karena pelayanan yang diberikan cukup prima, karena pada dasarnya pelayananlah yang menjadi faktor terpenting dalam menentukan kepuasan konsumen Dengan pelayanan yang prima, konsumen akan merasa keanggotaannya memang dibutuhkan dan diperhatikan, sedangkan kepuasan atas pelayanan yang diberikan itu akan menumbuhkan dan meningkatkan loyalitas konsumen. Loyalitas konsumen memang sangat dibutuhkan oleh perusahaan karena pertumbuhan suatu usaha itu sendiri sangat tergantung pada konsumen, karena kualitas pelayanan dirasakan memiliki hubungan dan dapat mempengaruhi kepuasan

konsumen, maka hal inilah yang diangkat menjadi latar belakang dan alasan pemilihan judul peneliti yaitu “ **Analisis Faktor Yang Mempengaruhi Kepuasan Konsumen Terhadap Warnet Amanah Di Sragen** “.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang tersebut, permasalahan yang dapat dirumuskan adalah :

1. Apakah pengaruh factor atribut produk yang terdiri dari kecepatan/bandwith, kebersihan dan fasilitas tempat, tarif/harga dan keramahan pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan konsumen pada warnet Amanah Net di Sragen?
2. Dari factor atribut produk yang terdiri dari kecepatan/bandwith, kebersihan dan fasilitas tempat, tarif/harga dan keramahan pelayanan variable manakah yang paling dominan mempengaruhi kepuasan konsumen pada warnet Amanah Net di Sragen?

C. Tujuan Penelitian

Adapun tujuan yang ingin dicapai dalam penelitian ini adalah :

1. Untuk menganalisis pengaruh atribut produk yang terdiri dari kecepatan/bandwith, kebersihan dan fasilitas tempat, tarif/harga dan keramahan pelayanan terhadap kepuasan konsumen pada warnet Amanah Net di Sragen.
2. Untuk menganalisis factor atribut produk manakah yang paling dominan

yang dapat mempengaruhi kepuasan konsumen pada warnet Amanah Net di Sragen.

D. Manfaat Penelitian

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat sebagai berikut:

1. Bagi Perusahaan

Diharapkan dapat memberikan tambahan informasi dan masukan sebagai bahan pertimbangan dalam perencanaan dan pengambilan keputusan strategis yang bertujuan untuk meningkatkan kualitas pelayanan dan kepuasan konsumen terhadap warnet Amanah Net di Sragen..

2. Bagi Peneliti

Sebagai wahana untuk mengaplikasikan teori yang telah diperoleh selama studi di Perguruan Tinggi dengan kasus-kasus nyata di dunia pelayanan jasa, serta memperkaya ilmu pengetahuan dalam bidang ekonomi manajemen pemasaran.

3. Bagi Pihak Lain

Dapat digunakan dalam menambah pengetahuan serta sebagai bahan perbandingan dan pertimbangan dalam memecahkan masalah yang serupa.